



کار آفرینی

مؤلف:

دکتر محمود احمدیور داریانی

تهران

۱۳۹۴

انتشارات ساکو

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۳۳-۲
 شماره کتابشناسی ملی ۳۶۳۱۸۵۰
 عنوان و نام پدیدآور : کارآفرینی / مولف احمدپور داریانی
 مشخصات نشر : تهران: ساکو، ۱۳۹۳
 مشخصات ظاهری : ۲۸۷ ص. مصور، جدول
 یادداشت : کتاب حاضر در سال‌های مختلف توسط ناشران مختلف به چاپ رسیده است.
 یادداشت : کتابنامه
 موضوع : کارآفرینی
 رده‌بندی دیویی : ۳۳۸/۰۴
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۳ ک ۳ الف / HB۶۱۵
 سرشناسنامه : احمدپور، محمود، ۱۳۲۵-
 وضعیت فهرست‌نویسی : قیفا

تلفن انتشارات : ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶۶۴۹۴۵۲۴



www.nashresaco.com/www.nashresaco.ir

انتشارات ساکو

نام کتاب : کارآفرینی
 مؤلف : محمود احمدپور داریانی
 ناشر : ساکو
 حروفچینی : ساکو
 طرح جلد : ماریا خزری
 لیتوگرافی : طاووس رایانه
 چاپخانه : اصلانی
 سال نشر : ۱۳۹۴
 نوبت چاپ : اول
 شمارگان : ۱۵۰۰
 قیمت : ۱۴۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-7270-33-2

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۳۳-۲

کتابه حقوق اعم از حق چاپ و انتشار و هر گونه برداشت صوتی و تصویری برای خانه کارآفرینان ایران محفوظ است.

مرکز پخش، خانه کارآفرینان ایران ۰۲۱-۷۲۰۳۵۳۷۷

آدرس: تهران، بلوار آفریقا، کوچه سعیدی، نبش مهاداد، پلاک ۳، طبقه ۳، واحد ۱۲

WWW.karafarini.ir

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

فصل اول: سیرتاریخی مفهوم کارآفرینی

مقدمه.....	۱۵
مفهوم واژه کارآفرینی.....	۱۶
کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان.....	۱۷
کارآفرینی از دیدگاه محققین علوم رفتاری.....	۲۶
کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت.....	۲۹
تحلیلی بر تعاریف ارائه شده در خصوص کارآفرینی.....	۳۷
دیدگاه‌های مختلف نسبت به کارآفرین.....	۳۷

فصل دوم: کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی

مقدمه.....	۴۷
ظهور کارآفرینی در اقتصاد.....	۴۸
مکتب سوداگرایان، فیزیوکرات‌ها، کلاسیک‌ها، مارکسیست‌ها.....	۴۸
مکتب انوکلاسیک‌ها و نهائین.....	۵۵
مکتب سنتی اتریشی - آلمان.....	۵۹
مکتب شیکاگو.....	۶۳
مکتب نهادیون.....	۷۰
مکتب نوین اتریشی.....	۷۱
خلاصه و جمع‌بندی.....	۷۵

فصل سوم: کارآفرینی در دیدگاه‌های غیراقتصادی

مقدمه.....	۸۱
رویکرد ویژگی‌ها.....	۸۳
نیاز به توفیق یا توفیق طلبی.....	۸۷
مرکز کنترل.....	۸۸
تمایل به مخاطره‌پذیری.....	۹۱
نیاز به استقلال.....	۹۴
خلاقیت.....	۹۵
تحمل ابهام.....	۹۶
تحلیلی بر رویکرد ویژگی‌ها.....	۹۸
رویکرد رفتاری.....	۱۱۲
خصایص جمعیت شناختی.....	۱۱۵
انواع مدل‌های کارآفرینی.....	۱۲۱

۱۲۱	مدل‌های محتوایی
۱۲۱	مدل‌های فرآیندی
۱۳۳	خلاصه و جمع‌بندی

فصل چهارم: کارآفرینی در سازمان

۱۳۹	مقدمه
۱۴۰	ضرورت کارآفرینی در سازمان
۱۴۱	سیر تطور کارآفرینی در سازمان
۱۴۷	مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی کارآفرینان مستقل با کارآفرینان سازمانی
۱۵۰	تفاوت‌های کارکردی کارآفرینی مستقل با کارآفرینی سازمانی
۱۵۶	موانع و محدودیت‌ها برای کارآفرینی سازمانی
۱۵۹	بررسی ادبیات استراتژی‌های کارآفرینی درون‌سازمان
۱۶۱	استراتژی‌ها از دیدگاه هانس شول هاسر
۱۶۳	استراتژی‌ها از دیدگاه جنینگز
۱۶۴	استراتژی‌ها از دیدگاه بادن فولر و اشتاب فوردم
۱۶۶	مدل‌های ارائه شده برای ایجاد کارآفرینی در سازمان
۱۶۷	مدل کارآفرین سازمانی
۱۶۸	مدل‌های ایجاد کارآفرینی شرکتی
۱۷۳	خلاصه و جمع‌بندی

فصل پنجم: آموزش کارآفرینی

۱۸۱	مقدمه
۱۸۲	سابقه آموزش کارآفرینی
۱۸۳	جایگاه آموزش در سال ۱۹۸۰
۱۸۷	جایگاه آموزش در سال ۱۹۸۵
۱۹۴	جایگاه آموزش در سال ۱۹۹۰
۱۹۷	تحقیق در آموزش کارآفرینی
۲۰۰	افراد تحت پوشش آموزش کارآفرینی
۲۰۱	اهداف آموزش کارآفرینی
۲۰۳	معیارهای ارزیابی
۲۰۵	خلاصه و جمع‌بندی

فصل ششم: بررسی تحقیقات کارآفرینی

۲۱۱	مقدمه
-----	-------

۲۱۲	وضعیت تحقیقات در سال ۱۹۸۰
۲۱۷	وضعیت تحقیقات در سال ۱۹۸۵
۲۲۳	وضعیت تحقیقات در سال ۱۹۹۰
۲۲۷	تحلیلی بر روند مطالعات در دهه ۹۰
۲۲۸	چالش‌ها در دهه ۹۰
۲۳۱	خلاصه و جمع‌بندی

فصل هفتم: مدل‌های نظری کارآفرینی

۲۳۷	مقدمه
۲۳۷	مدل پیشنهادی
۲۳۷	ورودی‌ها
۲۳۸	توانایی‌های فردی
۲۳۹	عوامل سازمانی
۲۳۹	عوامل محیطی
۲۳۹	فرآیند کارآفرینی
۲۳۹	مرحله شکل‌گیری تفکر
۲۴۳	مرحله تدوین برنامه فعالیت کاری
۲۴۶	خروجی‌ها
۲۴۹	خلاصه و جمع‌بندی

فهرست منابع

۲۵۳	فهرست منابع فارسی
۲۵۳	فهرست منابع انگلیسی
۲۶۵	ضمیمه

مدخل:

پس از گذشت سال‌ها از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و پس از سال‌ها تجربه اندوزی در مدیریت یک سازمان صنعتی و تعمیق شناخت، آگاهی‌ها و دانش خود در حضور اقتصاد و صنعت، دغدغه‌ای حرفه‌ای سراسر وجودم را فرا گرفته بود. سؤالات و چراها یکی پس از دیگری، راحت را از وجودم سلب کرده بود که:

چرا بعضی از افراد نسبت به دیگران موفق‌ترند؟

چرا بعضی از سازمان‌ها نسبت به سازمان‌های دیگر موفق‌ترند؟

چرا بعضی از کشورها از کشورهای دیگر پیشی گرفته‌اند؟

شاید به جرأت بتوان گفت که این دغدغه مدیریتی هر مدیر مسلمان ایرانی است که در مرحله بلوغ انقلاب اسلامی و از سوی دیگر، کمال مدیریت خود با آن مواجه است و با آن زندگی می‌کند. باید بتوان برای عرصه اقتصادی نیز همچون عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، نظامی و ... پاسخ‌های معتبر و بی‌بدیل یافت. باید بتوان راهبردهای انقلاب اسلامی را در حوزه اقتصاد و رقابت تنگاتنگ با راهبردهای رایج که ملهم از ایدئولوژی‌های افراطی و تفریطی است، تعیین و تبیین نمود. باید بتوان با الهام از ایدئولوژی اسلام ناب محمدی (ص) و به اتکای ملاک‌ها، معیارها و اصول اقتصادی اسلام، زیر ساخت‌های استراتژیک اقتصاد اسلامی را به نحوی که کارائی و اثربخشی آن، آزمودنی باشد، ارائه داد. این باید‌ها و هزاران باید دیگر که نمودهایی از این دغدغه فراگیر حرفه‌ای است، مرا به تکاپوی عمیق و گسترده در این حوزه واداشت. با راهنمایی اساتید دانشگاه، مطالعه منابع و به اتکای تجربیات شخصی، پژوهش گسترده‌ای را آغاز نمودم و به مدت چهار سال به بررسی علمی موضوع کارآفرینی در منابع داخلی و خارجی پرداختم و از مراکز دانشگاهی و مطالعاتی کارآفرینی در کشورهای انگلیس، کانادا و هندوستان دیدار نموده و با اساتید مربوط، به بحث و گفتگو نشستیم. در هنگام انجام این تحقیق و تا پایان تدوین ادبیات پژوهش، هیچ‌گونه سابقه مطالعاتی، تحقیقاتی و حتی ترجمه در حوزه کارآفرینی در کشور و به زبان فارسی یافت نشد. از این‌رو سیر تحقیق و مطالعه، در منابع خارجی (انگلیسی) ادامه یافت. تمامی مدل‌های موفقیت، مورد بررسی و کنکاش قرار گرفت و به جرأت می‌توان گفت کتاب با مقاله‌ای به زبان انگلیسی وجود ندارد که از نظر دور مانده باشد. یافته‌های نظری خود در ادبیات پژوهش را با تحقیق میدانی و آزمون‌های آماری در هم تنیدم و به یک مدل بومی کارآفرینی دست یافتیم. نتایج حاصل از این

تحقیق که به عنوان پایان نامه دوره دکترای مدیریت در دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۷۷)، ارائه و دفاع گردیده، می تواند عملیاتی شده و به لحاظ علمی و عملی مورد استفاده و بهره برداری قرار گیرد. دوران سازندگی و توسعه به زیر ساخت های نظری و فرهنگی خاص خود نیازمند است. تبیین راه سازندگی و مدل توسعه، پژوهش های عملی را می طلبد تا افق دید و نگرش مدیران ارشد (استراتژیک) را روشن و شفاف نماید. از این رو اینگونه تحقیقات کاربردی، هدایتگر راهی است که در پیش روی می باشد. مطالعه حاضر، نگارنده را به این امر رهنمون گردانید که در عرصه اقتصاد، وجود کارآفرین ارزشی، وجودی ضروری، سازنده و بی بدیل است. اصول حاکم بر تفکرات کارآفرین ارزشی عبارتند از:

- موفقیت بنگاه اقتصادی، شرکت و کشور از طریق تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید.
- دستیابی به سهم قابل توجهی از بازار جهانی از طریق ورود به صحنه های رقابت.
- کسب درآمد مشروع در فضای رقابتی سالم به شایسته سالاری منجر می شود.
- ثروت اندوزی، انگیزه اصلی نیست بلکه بر اساس اعتقاد، ثروت در جهت پر کردن شکاف های اجتماعی صرف می گردد.
- کارکنان، در درآمد حاصل از فعالیت ها، شریک هستند.
- چشم انداز روشن و شفاف، برای رسیدن به اهداف خود با سخت کوشی، استقامت و ایثار.
- تغییر در محصول، روش های تولید، بازار و تأمین منابع جدید، در دستور کار وی قرار دارد.
- او راه بقاء بنگاه خود را استمرار نوآوری با هدف رضایتمندی مشتری در صحنه اقتصاد جهانی می داند.

مطالعه تفصیلی مبحث کارآفرینی را به کلیه مدیران در تمامی سطوح در کلیه حوزه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نظامی، سیاسی و ... پیشنهاد می نمایم. بی صبرانه در انتظار دریافت بازخورد از کلیه اساتید، دانشگاهیان، مدیران، دانشجویان و دانش پژوهان محترم می باشم تا به نحوی به کمال و رفع نقایص این پژوهش مدد رسانده و از سوئی باب گفتگوهای علمی و عملی در خصوص نتایج حاصل از این تحقیق را گشوده و راه اجرایی و کاربردی آن را هموار سازند.

محمود احمدپور داریانی

تهران - پاییز ۱۳۷۸